

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia terus berkembang dewasa ini dalam rangka mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur. Upaya untuk mencapai tujuan tersebut salah satunya adalah dengan meningkatkan kegiatan di sektor industri.

Sektor industri berkembang dengan pesat dan semakin beragam dalam menopang perekonomian Indonesia. Di bawah ini merupakan beberapa jenis industri yang sering kita temui:

- Industri Tekstil - Industri Hiburan - Industri Perikanan
- Industri Makanan - Industri Kimia & obat - Industri Baja
- Industri Pertambangan - Industri Pertanian - Industri Otomotif
- Industri Rekaman

Salah satu sektor industri yang saat ini cukup pesat perkembangannya adalah industri hiburan khususnya bidang perfilman. Film merupakan salah satu media rekreasi bagi banyak orang setelah melakukan kegiatan rutinitas, dan hal ini memacu para pengusaha untuk mendirikan bioskop – bioskop sebagai sarana hiburan.

Berikut ini data bioskop yang ada di Pulau Jawa beserta data jumlah penduduknya berdasarkan statistik tahun 2000 :

NAMA KOTA	JUMLAH BIOSKOP	JUMLAH PENDUDUK
------------------	-----------------------	------------------------

DKI JAKARTA	42 BUAH	8.389.443 Jiwa
JAWA BARAT	10 BUAH	35.729.537 Jiwa
JAWA TENGAH	4 BUAH	31.228.940 Jiwa
DI YOGYAKARTA	2 BUAH	3.122.268 Jiwa
JAWA TIMUR	6 BUAH	34.783.640 Jiwa

Sumber (www.21cineplex.com)

(www.bps.go.id)

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa di kota-kota besar di Indonesia,khususnya di pulau Jawa, telah berdiri sebanyak 64 buah bioskop dan terus bertambah jumlahnya dari tahun ke tahun.Disamping banyaknya pengusaha yang mendirikan bioskop,berkembang juga rental-rental yang menyewakan VCD dan DVD sebagai sarana hiburan alternatif bagi masyarakat mengingat jumlah bioskop yang ada tidaklah mencukupi jika dibandingkan dengan penduduk Indonesia saat ini,seperti yang ditunjukkan pada tabel data di atas.

Di kota Bandung saja tercatat kurang lebih 130 buah rental yang menyewakan VCD dan DVD dan tersebar di kota hingga ke daerah pinggiran.Untuk data 130 buah rental di Bandung dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

1.	13TH	JL.MAULANA YUSUF	41	GEMINI	JL.KOPO
2.	76/DUDI	JL.MULYA BAKTI 182	42	GRACE	JL.DAGO BARAT
3.	7EVEN	JL.SULTAN AGUNG	43	GRASIA	JL.MERDEKA 56 BDG
4.	A.UJANG S	JL.SOREANG	44	GUNAWAN	JL.TUBAGUS ISMAIL
5.	ABADI JAYA	JL.CIBADAK 19	45	GUN'S	JL.MARTANEGARA
6.	AJI	JL.RAYA BABAT CIMAHI	46	HARI AUSTRALI	
7.	ALASKA		47	HASBI	KOMP MARGA ASIH BDG
8.	ALTEC'S	JL.LOMBOK	48	HOME VCD	
9.	ANDREA	JL.KIARACONDONG	49	HOME VCD	JL.CIKAWAO

10.	ANGEL'S	JL.RIAU	50	HOME VIDEO	JL.HAUR PANCUR
11.	ANGEL'S	JL.PASIRKALIKI	51	HOME VIDEO	JL.SEKELOA
12.	ARDENT/ANDI	JL.DAGO	52	HONG SIN	JL.SITI MUNIGAR
13.	ASTERIX JL	JL.SUKAJADI	53	IBU ANNE	JL.BATU NUNGGAL
14.	ASTERIX TM	JL.TAMAN SARI	54	IBU SUSAN	JL.BINTANG ELOK
15.	AZ RENTAL		55	INOE	JL.PA GATOT
16.	BORMA	JL.TERUSAN JAKARTA	56	IWAN	JL.HAUR PANCUR
17.	BORMA	JL.SETIABUDI	57	JAYA	JL.TKI II
18.	BIOS		58	JAYA	JL.TKI II
19.	CAHAYA/ADIT		59	JAYAKARTA	JL.ASTANA ANYAR
20.	CAKRABUANA	JL.KATAPANG	60	JIV	JL.SITU AKSHAN 33
21.	CANCER	JL.JUPITER IV NO 2	61	KELENTENG	JL.KELENTENG
22.	CAU	JL.SEKELOA	62	KORFI	
23.	CCLC		63	KREEBO	JL.MACAN
24.	CHARLIE	JL.SUNDA 52	64	KUDETA	JL.PALEDANG
25.	CI LILI	JL.ANTAPANI	65	LEO	JL.KIANSANTANG 26 GARUT
26.	CINEMANIA	JL.SUKAMANAH	66	M G A	JL.PURI CIPAGERAN INDAH
27.	CITY ART	JL.LODAYA	67	MANDIRI	JL.JAMIKA
28.	CLUB VIDEO	JL.DAGO	68	MARTIN/CIAMIS	
29.	CLUB VIDEO	JL.CIUMBULEUIT	69	MEGA	JL.KEMBAR
30.	DRAGOON	JL.CIATEUL	70	MEGA MOVIE	JL.BRAGA
31.	EISY	JL.SOREANG	71	MENTARI	JL.SURYANI
32.	EKA	JL.TERS.PSM	72	MICKY	
33.	EMPIRE	JL.SETIABUDI	73	MILALA	
34.	EMPIRE	JL.SETRA SARI	74	MILLENIUM	JL.LEUWI PANJANG
35.	E ' Z VCD & DVD	JL.SURYA SUMANTRI	75	MILLENIUM	JL.TERUSAN BABAKAN JERUK
36.	FANTASI	JL.ASTANA ANYAR	76	MITHA	JL.CIGUUR CIMINDI
37.	GALAYA		77	MIU	JL.CISITU BARU
38.	GALERI	JL.SEDERHANA	78	MULIA CD	JL.ANTAPANI
39.	GARDENIA	JL.ANTAPANI	79	MYTH	JL.SURYA SUMANTRI 82
40.	GEMILANG	JL.PADJADJARAN	80	O K	JL.TAMAN RAHAYU
81	ODIVA	JL.SURYA SUMANTRI	106	TENKAI	JL.TKI II
82	ORIGIN		107	TOP	JL.KEMBAR
83	ORIGIN	JL.CENDANA	108	TOPAS	
84	OSCAR	JL.TERS.BABAKAN JERUK	109	TUNAS	JL.BUDI LUHUR
85	OSCAR	JL.CIATEUL	110	ULTIMA	JL.CIHAMPELAS
86	PERMATA	JL.SUMBER SARI	111	ULTRA	JL.PAGARSIH
87	PHONIX	JL.SURIA SUMANTRI	112	ULTRA	JL.DJUNDJUNAN
88	PLANET	JL.TKI II	113	UNIVERSAL	JL.OTISTA
89	PLAY NET	JL.MAHMUD 16	114	VANDEE	JL.TKI II

90	PONDOK CINEMA	JL.CIUMBULEUIT	115	VCD 308	JL.CIHAMPELAS 308
91	PRIMA	JL.MOCH.RAMDHAN	116	VIDEO EZY	JL.SUDIRMAN
92	PRIMA CIMAHI	JL.RAYA TIMUR CIMAHI	117	VIDEO EZY	JL.SETRA SARI
93	PRINCE	JL.CIROYOM	118	VIDEO EZY	JL.KEBON JATI
94	PURNAMA		119	VIRTUAL	JL.LEUWI PANJANG
95	PUTRI	JL.CIBOGO	120	VISIO	JL.LENGKONG KECIL 80 BDG
96	QATROX	JL.DAGO BARAT	121	VISION	JL.CICENDO
97	RIO	JL.SURYA SUMANTRI	122	WILIAM	
98	RIVAN/CEPPPY	JL.RAYA CIBABAT CIMAHI	123	WIZARD	JL.NARIPAN
99	S S	JL.CIATEUL	124	WL	JL.CIWAstra
100	SAHARA	JL.CIBEUREUM	125	WZ	JL.NURTANIO
101	SCORPIO	JL.KAPT.NASEH 12 TASIK	126	APHRODITE	JL.SURYA SUMANTRI
102	SENTAUSA	JL.LENGKONG BESAR	127	FIVE STAR	JL.BABAKAN JERUK
103	SONIC	JL.SRIMAHI	128	MATRIX	JL.BABAKAN JERUK
104	STARS	JL.ABC	129	DUTA MITRA	JL.CIHAMPELAS
105	SUN	JL.SUDIRMAN	130	VIDEO EZY	JL.SURYA SUMANTRI

Sumber : (PT.DUTA CAHAYA MITRA ,2004)

Dengan melihat data rental – rental yang ada di Kota Bandung ,serta membandingkannya dengan jumlah penduduknya ,yaitu sebesar 2.5 juta jiwa maka sebenarnya jumlah rental di kota Bandung berpeluang besar untuk mendapatkan keuntungan.Hal inilah yang kemudian menimbulkan tingkat persaingan diantara rental – rental VCD & DVD .

Sumber : (www.kompas.com/29012003)

Untuk dapat bersaing dengan para pesaing , rental – rental harus meningkatkan kualitas pelayanan sehingga suatu rental memiliki keunggulan tersendiri.

“Kualitas Jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

(Fandy Tjiptono,1996:59)

Selanjutnya Fandy Tjiptono (1996:68) mengungkapkan kualitas jasa memiliki delapan dimensi dan dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis. Dimensi-dimensi tersebut adalah Kinerja (performance) , Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (features) , Keandalan (realibility) , Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specifications) , Daya tahan (durability) , Serviceability , Estetika , Kualitas yang dipersepsikan (perceived quality).

Philip Kotler (2000 ; 40) mengungkapkan bahwa pada saat ini perusahaan – perusahaan sedang menghadapi persaingan terberat dan dikemukakan juga bahwa jika mereka beralih dari filosofi produk dan penjualan kepada filosofi pemasaran ,maka mereka dapat memenangkan persaingan mereka. Perusahaan yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan mereka merupakan perusahaan yang dapat menarik dan mengungguli pesaing mereka.

Dalam bukunya, Manajemen Pemasaran (2000;42) ,dijelaskan pula definisi dari Kepuasan Pelanggan adalah :

“ perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi / kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan – harapannya ”.

MYTH VCD & DVD rental adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam penyewaan dan penjualan berbagai jenis film .Rental ini tidak hanya menyewakan film – film sebagai produk tetapi juga memberikan pelayanan kepada para pelanggannya.

Tertarik dengan masalah peningkatan kualitas pelayanan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen MYTH VCD & DVD rental ,maka penulis bermaksud melakukan penelitian mengenai “ Analisis Pengaruh Kualitas Jasa .dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di MYTH VCD & DVD Bandung “.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang dijalankan MYTH VCD & DVD rental ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan MYTH VCD & DVD rental ?
3. Seberapa besar hubungan kualitas pelayanan dengan tingkat loyalitas pelanggan di MYTH VCD & DVD rental ?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dengan tingkat loyalitas pelanggan di MYTH VCD & DVD rental ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penulis mengadakan penelitian ini dengan maksud untuk mengumpulkan dan mengolah data yang berhubungan dengan judul skripsi yang telah dipilih penulis. Adapun penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menempuh ujian Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen di Universitas Kristen Maranatha.

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan apa saja yang ditawarkan oleh MYTH VCD & DVD rental.

2. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan MYTH VCD & DVD rental.
3. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan kualitas pelayanan dengan tingkat loyalitas pelanggan di MYTH VCD & DVD rental.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat loyalitas pelanggan MYTH VCD & DVD rental.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak – pihak lain yang berkepentingan ,yaitu :

1. Kegunaan Bagi Penulis
 - Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengembangan dalam bidang Manajemen Pemasaran ,khususnya Manajemen Pemasaran Jasa yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan dalam jasa penyewaan VCD & DVD.
 - Untuk membandingkan antara kegiatan yang terjadi dalam perusahaan dengan teori yang sudah dipelajari selama kuliah.
2. Kegunaan Bagi Pembaca
 - Dapat menambah wawasan ,khususnya berkaitan dengan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.
3. Kegunaan Bagi Perusahaan
 - Bagi perusahaan ,sebagai sumbangan pikiran atau input untuk lebih menyempurnakan lagi kualitas jasa pelayanan agar dapat meningkatkan

kepuasan konsumen ,sehingga perusahaan lebih peduli terhadap pelayanan karena pelanggan merupakan aset perusahaan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Menurut Philip Kotler (2000:17) Pemasaran merupakan salah satu faktor yang menentukan dalam kegiatan suatu perusahaan. Para pemasar menggunakan sejumlah alat untuk mendapatkan tanggapan yang diinginkan dari pasar sasaran mereka. Alat-alat itu membentuk suatu bauran pemasaran.

“Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran.”

McCarthy mengklasifikasikan alat-alat itu menjadi empat kelompok yang luas yang disebut empat P dalam pemasaran : produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

Sedangkan P.R. Smith (2001:42) menyatakan terdapat 7P didalam pemasaran,atau terdapat 3P sebagai tambahan untuk produk-produk dan jasa-jasa.Tiga P tambahan itu adalah orang-orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*).Masing-masing P tersebut mempengaruhi apa yang ditawarkan kepada pelanggan.

Lovelock (1996 ; 464) menyatakan bahwa ada 5 prinsip dasar yang digunakan dalam jasa yaitu :

1. *Tangible* (berwujud)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal.Meliputi fasilitas yang tampak,yaitu : kantor ,gedung,tempat parkir,ruang pameran, perlengkapan pegawai, sarana komunikasi dan transportasi.

2. *Emphaty* (empati)

Memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan untuk menciptakan suasana intim dan bersahabat,yaitu : meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan , komunikasi yang baik, memahami dan tanggap akan kebutuhan pelanggan , mengenal nama pelanggan.

3. *Reliability* (kehandalan)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat & terpercaya, yaitu : bersikap simpatik, tepat waktu, cepat tanggap petugas terhadap keluhan ,keterampilan petugas dalam memberikan pelayanan.

4. *Responsiveness* (daya tanggap)

Kemauan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan , dengan memberi informasi yang jelas, yaitu : pelanggan tidak menunggu lama, memberikan informasi yang jelas mengenai prosedur untuk menjadi pelanggan.

5. *Assurance* (kepastian)

Pengetahuan ,kesopansantunan & kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan yaitu : kepercayaan ,reputasi , nama baik di masyarakat ,keamanan .

Menurut Kotler, *kepuasan konsumen* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka konsumen akan merasa amat puas atau senang.

Kunci untuk menghasilkan kesetiaan konsumen adalah dengan memberikan kepuasan bagi konsumen. Untuk perusahaan-perusahaan yang berfokus pada konsumen, kepuasan konsumen adalah sasaran sekaligus alat pemasaran. Perusahaan-perusahaan yang mencapai tingkat kepuasan konsumen yang tinggi akan memastikan bahwa pasar sasaran mereka mengetahuinya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan atau jasa memiliki pengaruh yang cukup besar bagi perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya di tengah situasi pasar yang penuh dengan persaingan. Setiap perusahaan wajib mengusahakan kombinasi produk mereka sedemikian rupa sehingga dapat mencapai tujuan bisnis perusahaan secara optimal.

Dibawah ini merupakan skema dari kerangka pemikiran :

1.6 Hipotesis

Dengan bertitik tolak dari pemikiran di atas maka dapat ditarik suatu hipotesis bahwa terdapat pengaruh antara peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh MYTH VCD & DVD rental terhadap loyalitas konsumennya.

1.7 Definisi Variabel

Profil pelanggan mencakup : jenis kelamin , usia , status, pekerjaan, pendidikan, tingkat pendapatan, informasi mengenai MYTH, tempat tinggal, area tempat tinggal.

Adapun variabel-variabel yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable / variable X*), yaitu suatu variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain, atau yang disebut juga dengan nama variabel yang mengikat. Di dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (x) yaitu kualitas pelayanan yang dilakukan oleh MYTH VCD & DVD rental.

Pendekatan dilakukan dengan menggunakan teori tentang kualitas pelayanan sebagai dimensinya terdiri dari :

- a. *Tangible*, meliputi keadaan fasilitas fisik gedung , keadaan fasilitas fisik tempat parkir , keadaan fasilitas fisik rak VCD, penampilan karyawan .
- b. *Emphaty*, meliputi komunikasi antara karyawan dengan pelanggan, mengenal nama-nama pelanggan dengan baik, memahami kebutuhan pelanggan , keramahan karyawan pada setiap pelanggan.
- c. *Reliability*, meliputi ketepatan waktu buka sesuai dengan jadwal yang ditentukan, keakuratan karyawan dalam melayani setiap pelanggan, ketepatan waktu perusahaan

dalam menyediakan film yang dipesan, kemampuan karyawan dalam merekomendasikan film – film.

d. *Responsiveness*, meliputi tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, respon karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan, kemampuan karyawan dalam memberikan rasa nyaman kepada pelanggan, kemampuan karyawan dalam menanggapi saran.

e. *Assurance*, meliputi keamanan yang diberikan oleh perusahaan, jaminan terhadap kondisi fisik produk, jaminan atas tersedianya film – film baru, jaminan banyaknya jenis film yang dapat di sewa.

2. Variabel Tidak Bebas (*Dependent Variable / variable Y*), yaitu suatu variabel yang dipengaruhi variabel lain, atau yang disebut juga dengan nama variabel yang terikat. Di dalam penelitian ini yang menjadi variabel tidak bebas yaitu loyalitas konsumen.

Sedangkan dimensi dari loyalitas yang diteliti adalah : pembelian ulang (*repetition*), penolakan terhadap rental pesaing dan tidak terpengaruh oleh daya tarik atas rental pesaing (*retention*), serta merekomendasikan terhadap pihak lain (*referall*).

1.8 Operasional Variabel

Adapun penjelasan mengenai operasional variabel dapat dilihat pada tabel berikut ini :

VARIABEL	DEFINISI VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	UKURAN	SKALA
Variabel Bebas (X) Kualitas Pelayanan	Suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk,jasa,manusia,proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi kepuasan pelanggan.	Berwujud (<i>Tangible</i>)	-Keadaan fasilitas fisik gedung	- Tingkat kelengkapan	Ordinal
			-Keadaan fasilitas fisik tempat parkir	- Tingkat keamanan	Ordinal
			-Keadaan fasilitas fisik rak VCD	- Tingkat kemenonjolan	Ordinal
			-Penampilan karyawan	- Tingkat kerapihan penampilan karyawan	Ordinal
		Empati (<i>Emphaty</i>)	- Komunikasi antara karyawan dengan pelanggan	- Tingkat kemudahan karyawan dalam berkomunikasi 2 arah.	Ordinal
			- Mengenal nama-nama pelanggan dengan baik	- Tingkat kemampuan pegawai dalam mengenal setiap pelanggan.	Ordinal
			- Memahami kebutuhan pelanggan	- Tingkat pemahaman karyawan terhadap kebutuhan pelanggan.	Ordinal
			- Keramahan karyawan terhadap setiap pelanggan	- Tingkat keramahan pegawai terhadap setiap pelanggan.	Ordinal
		Kehandalan (<i>Reliability</i>)	- Ketepatan waktu buka sesuai dengan jadwal yang ditentukan.	- Tingkat ketepatan waktu buka sesuai jadwal.	Ordinal
			- Keakuratan karyawan dalam melayani setiap pelanggan.	- Tingkat keakuratan dalam melayani setiap pelanggan.	Ordinal

			- Ketepatan waktu perusahaan dalam menyediakan film yang dipesan.	- Tingkat ketepatan waktu perusahaan dalam menyediakan pesanan.	Ordinal
			- Kemampuan karyawan dalam merekomendasikan film – film.	- Tingkat kemampuan karyawan dalam merekomendasikan film.	Ordinal
		Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	- Tanggap terhadap kebutuhan pelanggan.	- Respon karyawan terhadap kebutuhan pelanggan.	Ordinal
			- Respon karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan.	- Tingkat kecepatan karyawan dalam merespon keluhan pelanggan.	Ordinal
			- Kemampuan karyawan dalam memberikan rasa nyaman kepada pelanggan.	- Respon karyawan dalam memberikan kenyamanan.	Ordinal
			- Kemampuan karyawan dalam menanggapi saran.	- Respon karyawan dalam menanggapi saran.	Ordinal
		Kepastian (<i>Assurance</i>)	- Keamanan yang diberikan oleh perusahaan.	- Tingkat keamanan yang diberikan oleh perusahaan.	Ordinal
			- Jaminan atas kondisi fisik produk.	- Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kondisi fisik film.	Ordinal
			- Jaminan atas tersedianya film-film baru.	- Tingkat kepuasan pelanggan terhadap ketersediaan film-film baru.	Ordinal
			- Jaminan banyaknya jenis film yang dapat di sewa.	- Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kelengkapan jenis film.	Ordinal

Variabel Bebas (Y) Loyalitas Konsumen	Tidak	Kondisi dari konsumen sebagai tanggapan atas kinerja suatu usaha terhadap minatnya untuk tetap / tidak mempertahankan kesetiaanya karena sesuai/tidak dengan harapan-harapannya.	- Repetation	- Rutin dalam meminjam film	- Frekuensi menyewa.	Ordinal
			- Retention	- Ketidaktertarikan konsumen oleh tawaran sejenis.	-Tingkat kekuatan konsumen untuk tidak tertarik oleh tawaran pesaing.	Ordinal
			-Referall	- Mengajak / merekomendasikan teman untuk menyewa/membeli.	-Tingkat ajakan pelanggan terhadap teman / koleganya.	Ordinal
				-penciptaan prospek	Frekuensi penciptaan prospek	Ordinal

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Lokasi Objek Penelitian & Waktu Penelitian

MYTH VCD & DVD rental terletak di Bandung Barat, tepatnya di Jl. Surya Sumantri No. 82 sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa dalam menyewakan film-film dalam format VCD dan DVD. Film-film yang disewakan antaralain Discovery, Rohani, Mandarin, Korea, Anime, Barat, Jepang, Thailand, Indonesia, Tokusatsu, Perancis, dan lain-lain.

Penulis mengadakan penelitian di perusahaan ini sejak bulan Mei 2004 sampai dengan bulan Desember 2004. Selama jangka waktu penelitian tersebut penulis mengumpulkan data yang diperlukan untuk menyusun skripsi ini termasuk diantaranya menyebarkan kuesioner kepada para konsumen dari MYTH VCD & DVD rental.

1.9.2 Sampling

Metode pengambilan sampel yang penulis gunakan adalah metode pengambilan sampel acak sederhana atau *simple random sampling*. Masri Singarimbun dan Sofian

Effendi (1989 : 155) menyatakan bahwa sampel acak sederhana adalah sebuah sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga setiap unit penelitian atau satuan elementer dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Untuk mengetahui sampel yang benar-benar mewakili populasi yang penulis teliti, pertama-tama akan dihitung terlebih dahulu jumlah sampel minimal. Untuk menentukan jumlah sampel minimal maka dapat dilakukan uji kecukupan data dengan rumus sebagai berikut :

$$n \geq \frac{(Z_{\alpha/2})^2 P (1 - P)}{d^2}$$

$$n \geq \frac{(1,96)^2 \times (0,5) \times (1-0,5)}{(0,15)^2}$$

$$n \geq \frac{0,9604}{0,0225}$$

$$n \geq 42,68444 \text{ dibulatkan } n \geq 43$$

Keterangan :

n = jumlah sampel minimal yang harus diambil agar mewakili populasi

Z = nilai distribusi normal pada $\alpha = 5 \%$, yaitu Z = 1,96

P = Variance (0,5)

d = daya pembeda antara populasi dan sampel (0,15)

Menurut Prof.DR.Sudjana, MA. M.Sc (1993 : 98) karena $\pi (1 - \pi)$ belum diketahui ,maka nilai tersebut di peroleh dari asumsi nilai simpangan baku maksimum ,yaitu 0,15 .

$n > 43$ menunjukkan bahwa jumlah sampel minimal yang harus diambil adalah 43 sampel sehingga dapat mewakili populasi dengan $\alpha = 5 \%$ dan $d = 0,15$.

Responden yang dipilih adalah 100 orang pelanggan yang mengunjungi MYTH VCD & DVD rental di Bandung yang dianggap mewakili pelanggan dalam penelitian.

1.9.3 Metode Analisis Data

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut :

a. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian ini penulis lakukan dengan cara mengadakan kunjungan ke MYTH VCD & DVD secara langsung. Pada kunjungan tersebut, penulis mengumpulkan data dengan cara melakukan :

1) Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan pengelola dan karyawan perusahaan.

2) Angket (*Questionnaire*)

Penulis menyusun suatu daftar pertanyaan yang ditujukan bagi para konsumen dari MYTH VCD & DVD, dimana pertanyaan-pertanyaan tersebut berhubungan dengan kualitas pelayanan jasa dan loyalitas konsumen perusahaan yang bersangkutan. Dari penyebaran angket ini, penulis dapat mengukur tanggapan

konsumen terhadap loyalitas konsumen di MYTH VCD & DVD. Dalam kuesioner yang penulis bagikan kepada responden, penulis memberikan pertanyaan-pertanyaan dalam bentuk tertutup, yaitu pertanyaan-pertanyaan yang menyediakan kemungkinan jawaban yang sudah ditentukan oleh penulis. Responden hanya perlu mengisi pertanyaan dengan memilih salah satu dari kemungkinan jawaban yang memiliki bobot dari 5 untuk pilihan jawaban Sangat Setuju hingga Sangat Tidak Setuju dan demikian seterusnya untuk pilihan jawaban lainnya masing-masing diberi bobot yang lebih kecil.

Sangat Setuju = Bobotnya 5

Setuju = Bobotnya 4

Cukup = Bobotnya 3

Tidak Setuju = Bobotnya 2

Sangat Tidak Setuju = Bobotnya 1

3) Observasi , yaitu penulis melakukan pengamatan langsung di MYTH VCD & DVD .

b. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian ini penulis lakukan dengan cara membaca dan mempelajari teori-teori dari bahan-bahan referensi yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam skripsi ini.

Data-data yang penulis dapatkan akan diolah dengan cara sederhana dan disajikan dalam bentuk tabel-tabel yang mewakili objek yang sedang penulis teliti pada saat ini.

Metode Analisis Data

Data yang berhasil dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan. Analisis data yang dilakukan ,yaitu:

1. Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan

Adalah suatu metode yang bertujuan memaparkan data yang diperoleh dari responden secara terstruktur, factual dan akurat untuk mengetahui karakteristik responden, seperti data mengenai jenis kelamin, usia, status, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan, tempat tinggal dan khususnya bertujuan untuk menggambarkan Kualitas Pelayanan yang tengah berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.

2. Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan

Adalah Analisis yang bertujuan untuk menggambarkan Loyalitas Pelanggan yang tengah berlangsung pada pelanggan MYTH VCD & DVD rental akibat kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh pihak MYTH.

3. Riset Korelasi (*Correllational Study*)

Penelitian yang dirancang untuk menentukan tingkat hubungan variable – variable yang berbeda dalam suatu populasi. Disini dapat diketahui besarnya kontribusi variable – variable bebas (Kualitas Pelayanan) terhadap variable terikatnya (Loyalitas Pelanggan) serta arah hubungan yang terjadi.

Adapun metode statistic yang akan digunakan oleh penulis untuk menganalisa data yang penulis dapatkan adalah :

a. Analisa Korelasi Rank Spearman .

Analisis ini digunakan untuk menentukan derajat keeratan hubungan antara variable Kualitas Pelayanan (KP_x) dengan variable Loyalitas Pelanggan (LP_y). Dilakukan dengan menggunakan paket program SPSS versi 12.00

Langkah – langkah dalam program SPSS yaitu :

1. Pemasukan data ke SPSS.

Langkah – langkah :

- Buka lembaran kerja baru.
- Dari menu utama **File**, pilih menu **New**. Lalu klik **Data**. Sekarang SPSS siap membuat variable baru yang diperlukan.
- Menamai variabel dan properti yang diperlukan.
- Langkah berikutnya adalah membuat nama untuk setiap variable baru, jenis data, label data dan sebagainya. Dengan mengklik di **Variabel View** atau langsung tekan CTRL+T.

2. Mengisi data

Letakkan pointer pada baris pertama variable X. Kemudian isi data sesuai dengan data yang telah dikumpulkan dan ditabulasikan melalui kuesioner (variable Kualitas Pelayanan / KP_x). Demikian juga dengan variable Y dan juga indicator – indicator dari variable X dan Y.

3. Pengolahan data dengan SPSS.

Langkah – langkah :

- Dari menu utama SPSS, pilih menu **Analyze**, kemudian pilih submenu **Correlate**.

- Dari serangkaian pilihan Correlate,sesuai kasus pilih Bivariate... klik pilihan tersebut.
 - Variable atau Variabel yang akan dikorelasikan.Oleh karena disini akan diuji korelasi semua variable,maka klik variabel KPx atau variable lain yang akan diuji,kemudian klik tanda '>' (yang sebelah atas),maka variable KPx akan berpindah ke Variable.
 - Untuk kolom Correlation coefficiens atau alat hitung koefisien korelasi.Oleh karena data pada kasus adalah kualitatif dan berskala ordinal,maka pilih Spearman
 - Untuk kolom Test of Significant correlations,karena akan diuji dua sisi ,maka pilih two-tailed.
 - Untuk pilihan Flag significant correlations atau berkenaan dengan tanda untuk tingkat signifikasi 5% dan 10% akan ditampilkan pada output ataukah tidak.Untuk keseragaman ,pilihan tersebut dipakai,hingga nanti pada output ada tanda * untuk 5% dan / atau tanda ** untuk 10%.
 - Tekan Continue jika sudah selesai.
- Kemudian tekan OK untuk mengakhiri pengisian prosedur analisis.Maka akan terlihat SPSS melakukan pekerjaan analisis dan terlihat output SPSS.

Analisis:

Dari koefisien korelasi yang menghasilkan dengan menggunakan alat Bantu program SPSS tersebut baru kemudian di uji berdasarkan criteria – criteria tersebut antara lain:

- Menurut Dean J. Champion, dalam bukunya “*Basic Statistic For Social Research*” (1981 : 302), untuk menentukan kuat lemahnya koefisien korelasi tersebut maka dapat mengikuti batasan-batasan berikut :

$\pm 0,00 - 0,25$ menunjukkan tidak ada hubungan / sangat lemah

$\pm 0,20 - 0,50$ menunjukkan hubungan yang lemah

$\pm 0,51 - 0,75$ menunjukkan hubungan yang erat

$\pm 0,76 - 1,00$ menunjukkan hubungan yang sangat erat / kuat

- Untuk mengetahui besar pengaruh (tingkat determinasi antara variable) yang diberikan oleh peranan mutu pelayanan terhadap kepuasan pelanggan,digunakan koefisien determinasi.

$$Kd = (r^2) \times 100\%$$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Rancangan Pengujian Hipotesa

Analisis pengujian Hipotesisnya ,terdiri dari :

- Hipotesis Model

Hipotesis ini digunakan untuk memeriksa kecocokan model .Kecocokan model artinya yaitu apakah model yang dihipotesiskan didukung oleh data di lapangan atau tidak.

- Hipotesis Parameters

Hipotesis ini digunakan untuk memeriksa signifikansi parameter.Statistik uji yang digunakan adalah statistic uji Student's t. Statistik uji dan nilai signifikasinya dapat dilakukan dengan menggunakan paket program SPSS versi 11.00

Parameter – parameter yang akan diuji,yaitu :

1. Koefisien antara pengaruh Kualitas Pelayanan (KP_x) terhadap Loyalitas Pelanggan (LP_y).
 2. Koefisien antara indicator – indicator pada variable Kualitas Pelayanan (KP_x),yaitu X₁,X₂,X₃,X₄ dan X₅ dengan indicator – indicator pada variable Loyalitas Pelanggan (LP_y),yaitu Y₁,Y₂,Y₃ dan Y₄.
- Untuk mengetahui apakah variable bebas berhubungan dengan variable tak bebas maka penulis merumuskan bahwa :

Ho : $\rho = 0$ artinya tidak ada hubungan yang berarti antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

$H_1 : \rho \neq 0$ artinya ada hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

Uji dilakukan dua sisi karena $H_0 : \rho = 0$

Pengambilan Keputusan

- Jika probabilitas (p – value) $> 0,05$, maka H_0 diterima.
- Jika probabilitas (p – value) $< 0,05$, maka H_0 ditolak.

Keputusan :

Pada bagian kedua output (kolom Sig.(2-tailed)) spearman ,untuk korelasi.